Extrait du site d'Acrimed | Action Critique Médias
http://www.acrimed.org/article1060.html

Livre

Lire : Mode d'emploi pour téléspectateurs actifs, de Bernard Hennebert

- Des ressources - Des textes - Des livres : présentations et extraits -

Bernard Hennebert, *Mode d'emploi pour téléspectateurs actifs*, Editions Labor, février 2003, 9.25 Euros

Date de mise en ligne : samedi 26 avril 2003

Bernard Hennebert, *Mode d'emploi pour téléspectateurs actifs,* Editions Labor, février 2003, 9.25 Euros

Présentation de l'éditeur

Face à la surenchère croissante des intérêts commerciaux dans l'évolution des chaînes, le contrepoids le plus fiable reste la pression des usagers. Ainsi, chaque pays expérimente ses propres avancées dans la régulation du paysage audiovisuel.

En France, malgré ses limites, l'évolution du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) s'avère être un rempart solide qui s'oppose au développement de « pratiques » sauvages des différents diffuseurs. La Belgique francophone s'est largement inspirée de cette expérience pour créer son propre CSA et a même repris à son compte des réalisations telles que la « signalétique jeunesse ».

Par contre, en Belgique, pendant près de huit ans, s'est développée l'Association des téléspectateurs actifs (ATA), une association d'usagers dont le seul objectif consistait à convaincre les diffuseurs à modifier radicalement certaines de leurs « pratiques » et dont le coordinateur n'était autre que Bernard Hennebert, l'auteur de ce livre. Initiative qui ne dispose pas d'une correspondance française : en effet, dans une enquête consacrée à l'ATA, le 18 août 2000 dans le journal « Libération », Raphaël Garrigos constatait déjà qu'il n'existe pas en France d'association de téléspectateurs aussi puissante. En Belgique francophone, sans cette pression d'usagers, il n'y aurait ni journal quotidien des enfants à la RTBF (les *Niouzz*), ni diffusion d'un avis de prévention avant les films X sur Canal+Belgique, ni mention dans *Ça va se savoir* sur AB3 (l'adaptation française du *Jerry Springer Show,* également diffusé par RTL9), que les « témoins » sont en réalité des comédiens, etc.

Bernard Hennebert a « testé » David Pujadas, Michel Drucker, Marc-Olivier Fogiel, etc. Lorsque les questions sont précises et gênantes, les représentants du Service public ne répondent pas aisément au courrier des usagers. À l'exception du titulaire à la présentation du 20 heures ! Or, une association d'usagers a besoin de pareil dialogue pour agir et se développer.

Lorsque l'Association des téléspectateurs actifs indique à Marc Tessier qu'elle a conquis le soutien de trois ministres (socialiste, libéral et écolo) belges pour tenter d'imposer la diffusion par tous les télédistributeurs en Belgique francophone de « La Cinquième » (soit un public potentiel de près de cinq millions de téléspectateurs), le Président de France Télévisions ne saisit même pas sa plume pour accuser réception et, donc, actuellement, des millions de Belges n'ont toujours pas accès à la Chaîne française de la Connaissance.

Pareille situation est inconcevable en Belgique francophone. Suite au lobbying des usagers auprès des parlementaires, le nouveau contrat de gestion du Service public de l'audiovisuel (la RTBF) prévoit concrètement que, jusque 2007 au moins, la RTBF est obligée de répondre à tout le courrier (écrit) endéans les 30 jours ouvrables et « de manière circonstanciée ».

Copyright © Acrimed | Action Critique Médias

L'un des objectifs de ce *Mode d'emploi pour téléspectateurs actifs* consiste à décrire les particularités des paysages audiovisuels belge et français afin de donner aux citoyens de ces deux pays l'envie d'acquérir chez eux des avantages découverts chez les voisins. Pour une fois, la découverte des réalisations d'autres pays ne privilégie pas les émissions violentes ou avilissantes ! Dans la foulée de « L'Hebdo du Médiateur » de France 2, la RTBF a créé « Qu'en Dites-Vous ? ». Depuis le premier janvier 2003, la RTBF est obligée de ne plus diffuser de publicité et de sponsoring durant les cinq minutes qui précèdent ou suivent les émissions destinées aux enfants. Quand France Télévisions sera-t-elle soumise à une mesure identique ?

Il ne s'agit donc pas de zapper, ni d'arrêter de regarder la télévision. Il convient plutôt de structurer les pressions du public pour améliorer l'offre télévisuelle dans le sens du « bien commun ».L'exemple belge pourrait essaimer en France. Tel est l'un des objectifs de ce présent livre.

La télévision n'est qu'un terrain d'intervention parmi d'autres. Au travers de cette thématique, Bernard Hennebert montre plus globalement que tout citoyen, s'il en fait son hobby et sa passion, peut participer à la gestion de la cité, seul ou en groupe, et ainsi repousser les frontières du fatalisme, des extrémismes et donc de l'apolitisme.
L'auteur

Depuis une vingtaine d'années, le journaliste-animateur Bernard Hennebert soutient les intérêts des médias, de la culture (les concerts, les musées, les librairies, etc.) et des loisirs (parcs d'attraction, stages, etc.), en coordonnant des associations telles que Diffusion Alternative ou l'Association des Téléspectateurs Actifs. Parmi les batailles remportées, on peut citer le fait que la Fnac de Bruxelles ait réintroduit la préécoute personnalisée et gratuite de tous les supports sonores qu'elle vend, la mise en place de la signalétique anti-violence sur les chaînes de télévision de la Communauté française...

Depuis août 2002, Bernard Hennebert publie une chronique qui accueille les remarques des usagers du temps libre (culture/médias/loisirs) dans l'hebdomadaire belge *Le Ligueur*.

Bernard Hennebert vient de créer son site Internet :www.consoloisirs.be qui permet d'actualiser le combat présenté dans son livre.

Ce livre est disponible en France. Sa diffusion est assurée par :
Diffusion Nemo/Distribution Alterdis,
Chemin du Château Soleil, 235 à 01711 Beynost.
e-mail : alterdis@c-alterna.com

Éditions Labor " Quai du commerce 29 " 1000 Bruxelles
Tél. 02/250 06 70 Fax 02/217 71 97
(site introuvable - novembre 2013)